

2022 年 11 月 1 日



## 外食市場調査（2022 年 9 月度）

**2022 年 9 月の外食市場規模は 2454 億円（前年同月比 +1104 億円・東名阪 3 圏域計）**  
**外食市場規模は前月比 102.9%、コロナ禍前比（2019 年 9 月比）は 77.4%**  
**単価は 11 カ月連続で前年超え、コロナ禍前比 106.3%と大きな伸び**

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘）の外食市場に関する調査・研究機関『ホットペッパーグルメ外食総研』（<https://www.hotpepper.jp/ggs/>）は、首都圏・関西圏・東海圏の男女約 1 万人を対象とする 2022 年 9 月度の「外食市場調査」を実施しましたので調査結果をご報告いたします。

### 【今月のポイント】

1. 外食市場規模は前月比**+69 億円**、**2019 年同月比も 77.4%**と前月（同 **68.6%**）からは回復傾向
2. 単価は **11 カ月連続で前年超え**、**2019 年同月比でも 106.3%**と大きな伸び

2022 年 9 月の外食市場規模は、3 圏域合計で 2454 億円。前年同月比（以下、前年比）は+1104 億円と 10 カ月連続の前年比プラスであった。前月比は+69 億円。コロナ禍前の 2019 年同月比は、77.4%。前月の同 68.6%に比べるとマイナス幅が縮小し、今年度では 5 月度の同 80.5%に次ぐマイナス幅の小さい月となった。外食単価は 11 カ月連続で前年実績を超え、2019 年同月比でも 106.3%と大きな伸び。引き続き外食の値上げ影響も受けていると考えられる。食事主体業態・計は前年比 155.2%（19 年比 83.3%）、飲酒主体業態・計は同 388.3%（同 66.0%）、軽食主体業態・計は同 135.4%（同 81.2%）と 19 年比は前月よりいずれも 5pt を超える改善となっている。主要 16 業態は全業態で延べ外食回数と市場規模が前年比で拡大し、外食単価は 12 業態が前年比プラスで推移した。

### 【3 圏域計（首都圏・関西圏・東海圏）】 [P3]

- 2022 年 9 月の外食（※1）実施率は 63.4%（前月比増減 +1.0pt、前年比増減 +16.9pt）
  - 2022 年 9 月の外食頻度（※2）は 3.74 回/月（前月比増減 +0.04 回、前年比増減 +0.51 回）
  - 2022 年 9 月の外食単価は 2,602 円（前月比増減 +5 円、前年比増減 +380 円）
  - 2022 年 9 月の外食市場規模（※3）は 2454 億円（前月比増減 +69 億円、前年比増減 +1104 億円）
- ※1 外食：夕方以降の食事について、お店で食事した場合を対象。消費地の範囲として、各圏域の居住者が各圏域の対象都府県内で行った外食を対象としており、圏域外で行った外食は含んでいない。また、夕方以降、1 日 2 回までの外食を含む
- ※2 外食頻度：外食実施者の 1 カ月あたりの平均外食回数
- ※3 外食市場規模：各圏域の当該年齢人口（2021 年 4 月から 2022 年 3 月まで R1 年人口推計、2022 年 4 月から R2 年国勢調査人口）×外食実施率×外食頻度×外食単価で算出
- （参考）基準人口（前年度比）は、3 圏域・計：-1.7%、首都圏：-1.3%、関西圏：-2.1%、東海圏：-2.4%

### 【圏域別】 [P3]

- 外食実施率は、首都圏：63.2%（前年比増減 +17.9pt）、関西圏：63.0%（同 +16.8pt）、東海圏：64.7%（同 +13.5pt）
- 外食頻度は、首都圏：3.93 回/月（前年比増減 +0.54 回）、関西圏：3.65 回/月（同 +0.56 回）、東海圏：3.17 回/月（同 +0.25 回）
- 外食単価は、首都圏：2,758 円（前年比増減 +547 円）、関西圏：2,455 円（同 +11 円）、東海圏：2,170 円（同 +284 円）
- 外食市場規模は、首都圏：1578 億円（前年比増減 +786 億円）、関西圏：608 億円（同 +224 億円）、東海圏：268 億円（同 +94 億円）

### 【業態別】（3 圏域計） [P6-8]

- 業態別の市場規模は、「居酒屋」（前年比増減 +354 億円）、「和食料理店」（同 +166 億円）、「焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店」（同 +97 億円）等主要 16 業態全てで前年を上回った。
- 「居酒屋」（延べ回数 +967 万回、単価 +247 円）、「和食料理店」（延べ回数 +328 万回、単価 +515 円）等 12 業態は延べ回数・単価ともに前年比で増加した。

本件に関する  
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

## 外食市場調査（2022年9月度）調査概要

- **調査目的** 首都圏、関西圏、東海圏における、夕方以降の外食市場規模を把握することを目的に実施。  
また、業態別の市場規模や、性年代・居住区域別の外食の実態を明らかにすることも目的とした。
- **調査対象** 首都圏、関西圏、東海圏の各圏域中心部からの鉄道距離が、おおむね首都圏：90分圏、関西圏：80分圏、東海圏：60分圏の市区町村に住む20～69歳の男女（株式会社マクロミルの登録モニター）

調査対象	首都圏	関西圏	東海圏
調査対象者の居住地の範囲	・東京都（一部除外） ・神奈川県（一部除外） ・千葉県（県東・県南の一部除外） ・埼玉県（県西の一部除外） ・茨城県の一部	・大阪府全域 ・兵庫県（県北の一部除外） ・京都府（府北の一部除外） ・奈良県の一部 ・滋賀県の一部	・愛知県（一部除外） ・岐阜県の一部 ・三重県の一部

- **調査方法** インターネットによる調査
- **調査の流れ**
  - 事前調査：調査の協力者を募集
  - 記録期間：モニターが記録用紙をダウンロード
  - 本調査：翌月頭に本調査画面をオープン
- **割付の設定** 本調査では、回答者の偏りをできるだけなくするために、性別2区分×年代別5区分（20代/30代/40代/50代/60代）×地域25区分=250区分で割付を行って回収した。
- **集計方法** 本調査結果はR2年国勢調査人口に基づいて性別2区分×年代別5区分×地域25区分=250区分でウェイトバック集計を行っている。

※22年度は、市町村別性年代別のR2年国勢調査人口を使用して計算

実施期間	事前調査			本調査対象者数	実施期間	本調査			有効回答数
	配信数	回収数	回収率			配信数	回収数	回収率	
2022年8月19日（金）～ 2022年9月1日（木）	500,752件	34,249件	6.8%	14,197件	2022年9月30日（金）～ 2022年10月11日（火）	12,448件	10,037件	80.6%	9,939件

3圏域計	居住圏域			性年代											
	首都圏	関西圏	東海圏	男性/ 20歳代	男性/ 30歳代	男性/ 40歳代	男性/ 50歳代	男性/ 60歳代	女性/ 20歳代	女性/ 30歳代	女性/ 40歳代	女性/ 50歳代	女性/ 60歳代		
9,939	5,748	2,688	1,503	866	956	1,225	1,094	858	849	927	1,200	1,071	893		
100.0	57.8	27.0	15.1	8.7	9.6	12.3	11.0	8.6	8.5	9.3	12.1	10.8	9.0		

上段：件数（件）、下段：構成比（%）

3圏域計	消費圏域		
	首都圏	関西圏	東海圏
23,548	14,283	6,179	3,086
100.0	60.7	26.2	13.1

※ウェイトバックによる補正後の件数と構成比

## 本調査における定義・設定等

- **本調査での「外食」は、夕方以降の食事について、お店で食事した場合を対象**
  - ・飲酒のみ、喫茶のみの場合も含まれる。
  - ・夕方以降、複数回外食した場合、1日あたり2回まで（2軒目まで）の外食を含んでいる。
  - ・「コンビニエンスストアやスーパーマーケット等のイートインスペース」で飲食した場合も「外食」に含まれる。
- **消費地の範囲の設定**
  - ・消費地の範囲は、各圏域の居住者が各圏域の対象都府県内で行った外食を対象としており、圏域外（圏域外の都道府県や海外）で行った外食は含んでいない。ただし、圏域内への旅行・出張は含まれる。

対象範囲	首都圏	関西圏	東海圏
消費地の対象範囲	・東京都 ・神奈川県 ・千葉県 ・埼玉県 ・茨城県	・大阪府 ・兵庫県 ・京都府 ・奈良県 ・滋賀県	・愛知県 ・岐阜県 ・三重県

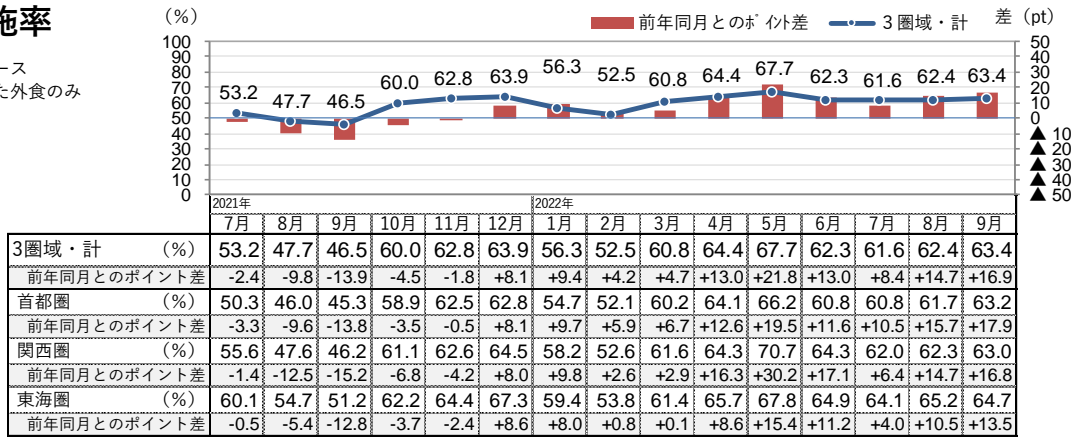
- **外食した店の業態** ・外食1回につき次の26分類から当てはまるものを1つ聴取、本リリースではうち16業態を掲出。

選択肢	1 和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）	食事を主体とする業態の店	選択肢	13 居酒屋（焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む）	飲酒主体	
	2 中華料理店（ラーメン専門店を除く）			14 バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ		
	3 レストラン（ファミリーレストラン以外）、食堂、ダイニング、洋食店（フレンチ・イタリアン以外）			15 カラオケボックス		
	4 フレンチ・イタリアン料理店（ファミリーレストラン以外）			16 スナック、ナイトクラブ、キャバレー		
	5 アジアン料理店			17 その他の飲酒を主体とする業態の店		
	6 その他の各国料理店			18 ファストフード（ハンバーガー、サンドイッチ等）		軽食主体
	7 焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店			19 牛丼、カレー等、一品目の専売業態		
	8 お好み焼き、鉄板焼き等の専門店			20 立食のラーメン、うどん・そば業態		
	9 すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店			21 喫茶店・カフェ		
	10 ファミリーレストラン、回転すし等			22 コンビニエンスストアやスーパーマーケット等のイートインスペース		
	11 ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店			23 その他の軽食を主体とする業態の店		
	12 その他の食事を主体とする業態の店			24 ホテルや各種会場（披露宴・セレモニー等）		
	25 旅行・出張先のホテルや旅館					
	26 その他					

2022年 11月 1日

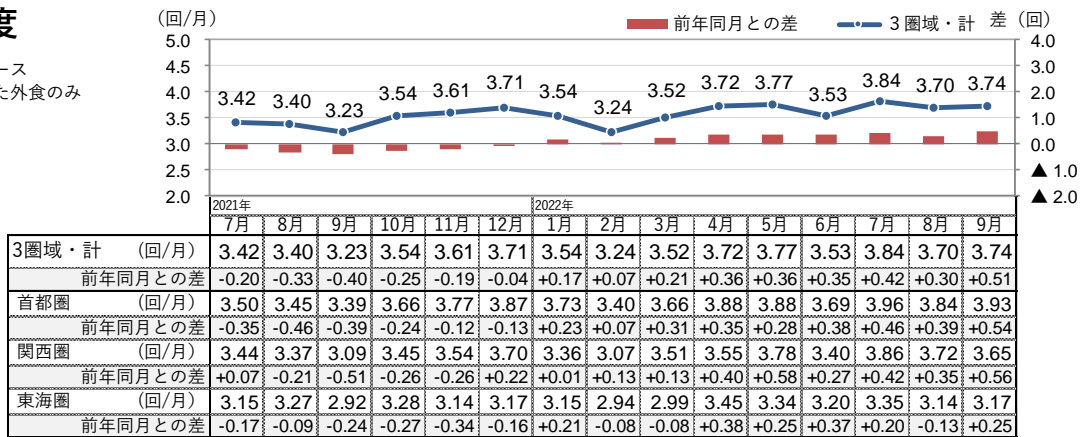
## 1. 外食実施率

※個人単位集計ベース  
※圏域内で行われた外食のみ



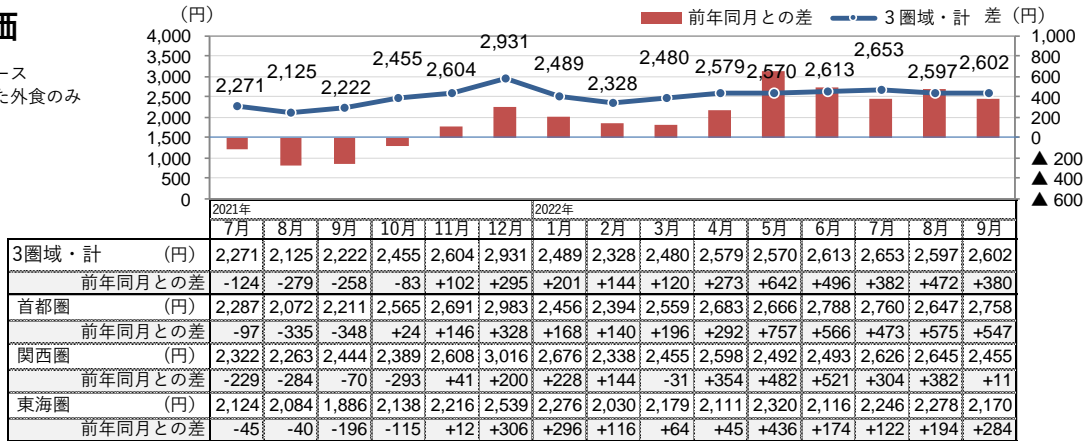
## 2. 外食頻度

※個人単位集計ベース  
※圏域内で行われた外食のみ  
※外食実施者のみ



## 3. 外食単価

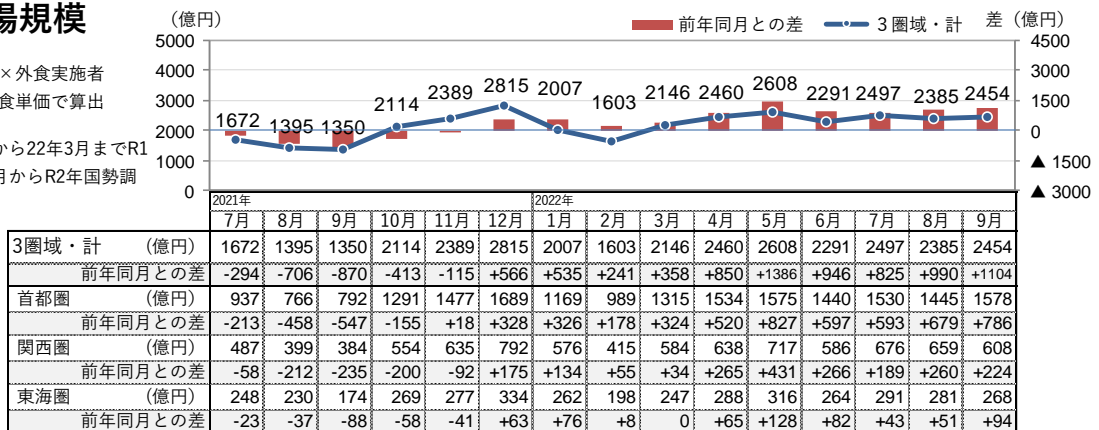
※外食単位集計ベース  
※圏域内で行われた外食のみ  
※外食実施者のみ



## 4. 外食市場規模

※人口×外食実施率×外食実施者の平均外食頻度×外食単価で算出

※人口は、21年4月から22年3月までR1年人口推計、22年4月からR2年国勢調査人口を使用



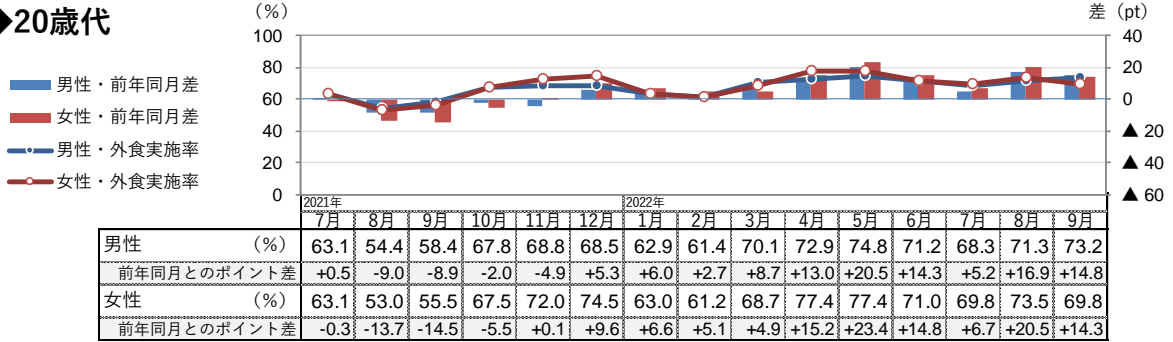
<参考>21年度  
→22年度の基準人口の増減率  
3圏域・計：-1.7%  
首都圏：-1.3%  
関西圏：-2.1%  
東海圏：-2.4%

2022年 11月 1日

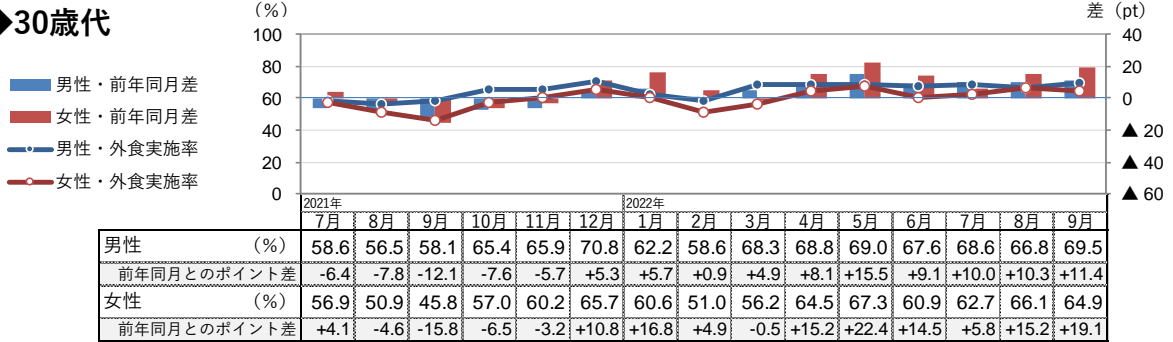
## 5. 性年代別 外食実施率 【3圏域・計】

※個人単位集計ベース  
※圏域内で行われた外食のみ

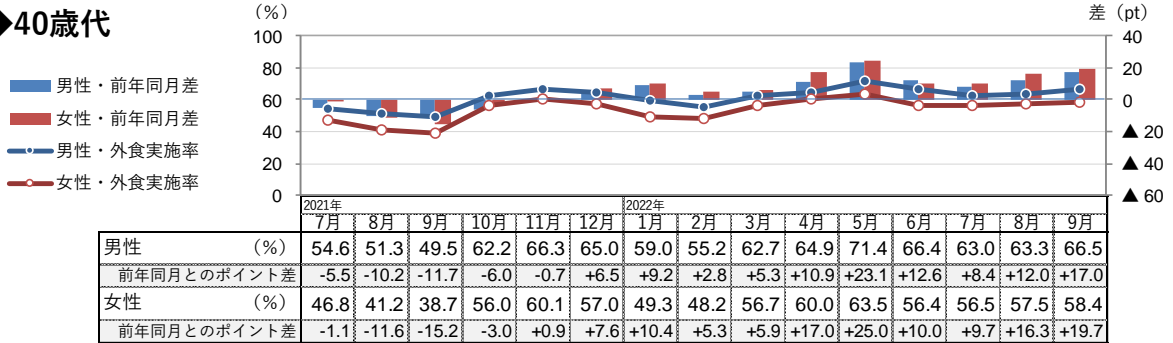
### ◆20歳代



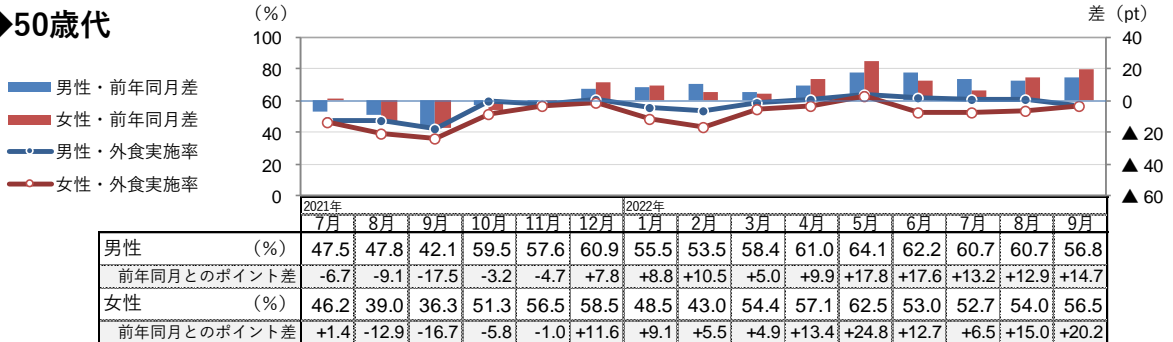
### ◆30歳代



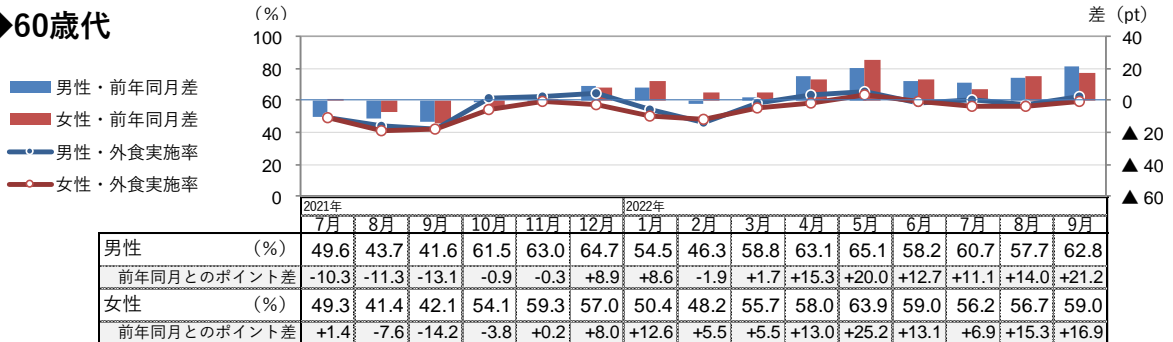
### ◆40歳代



### ◆50歳代



### ◆60歳代

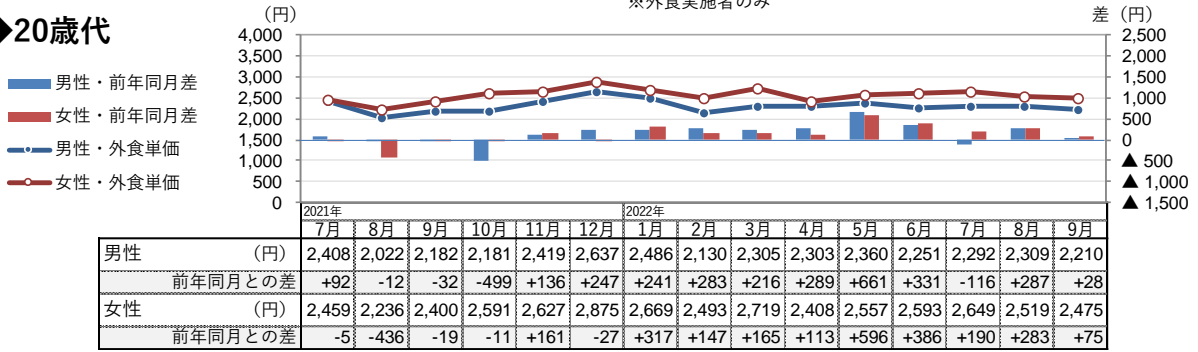


2022年 11月 1日

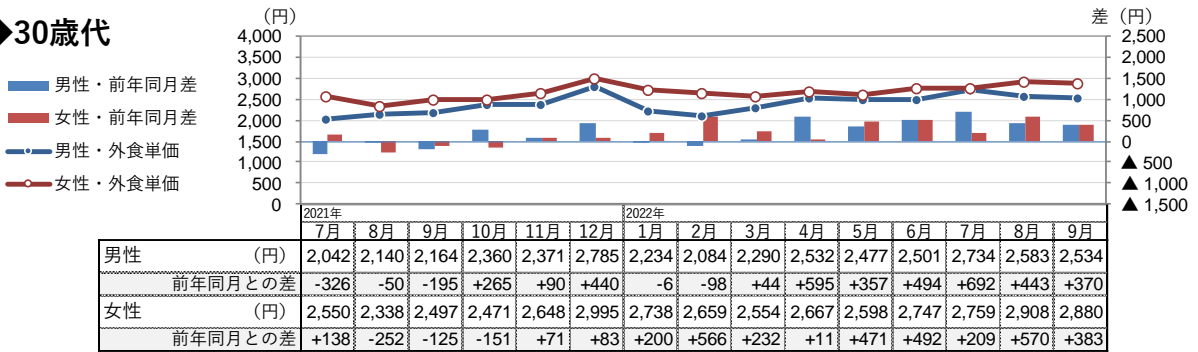
## 6. 性年代別 外食単価 【3圏域・計】

※外食単価集計ベース  
 ※圏域内で行われた外食のみ  
 ※外食実施者のみ

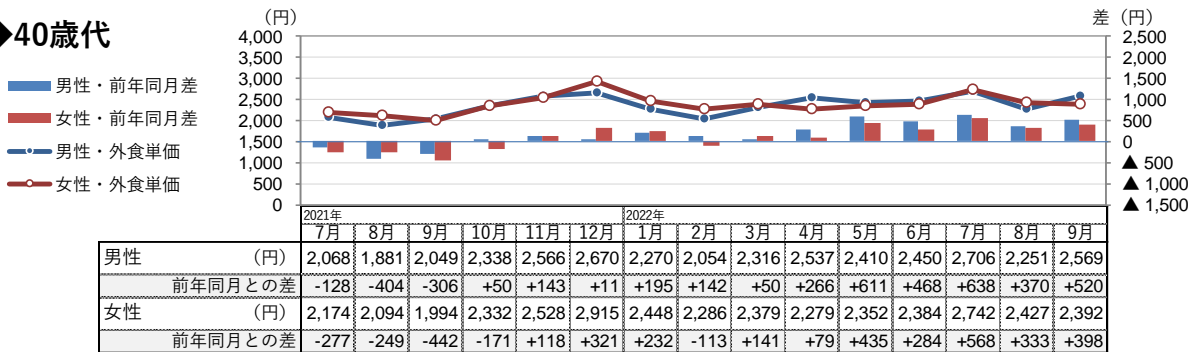
### ◆20歳代



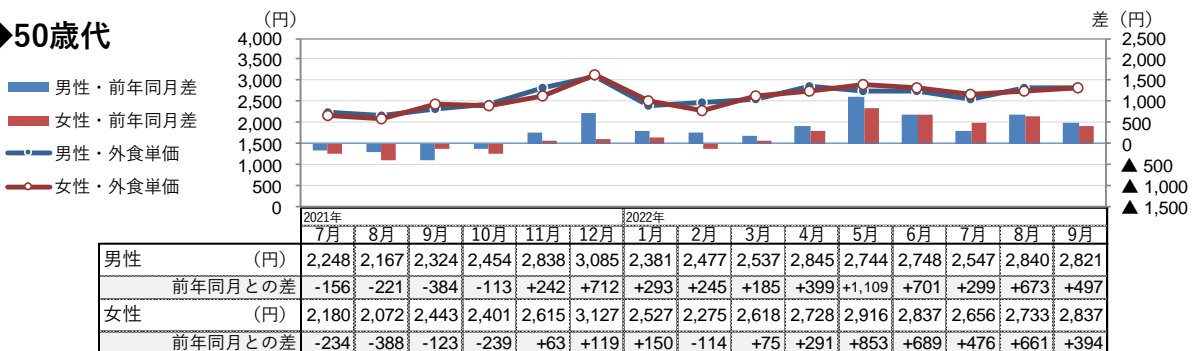
### ◆30歳代



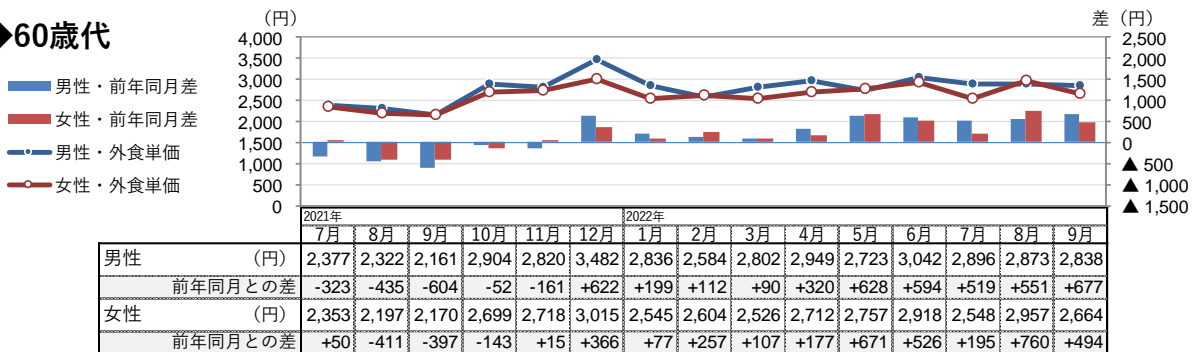
### ◆40歳代



### ◆50歳代



### ◆60歳代



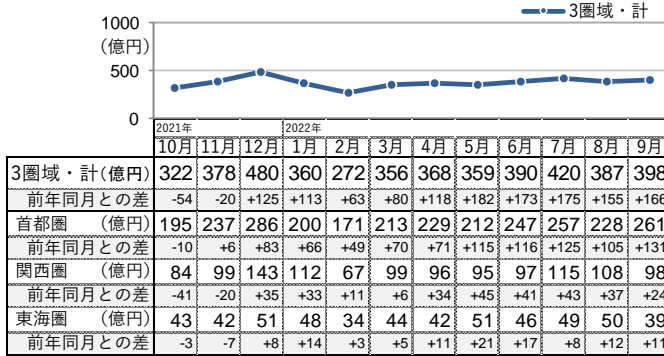


2022年 11月 1日

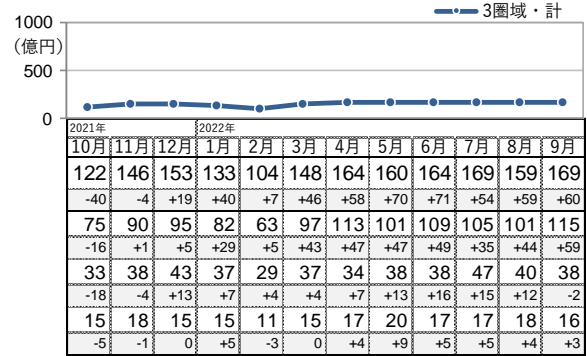
## 7.業態別 外食市場規模

※外食市場規模は、各圏域の延べ外食回数×各圏域における業態シェア×各業態の単価で算出  
 ※業態は、26分類のうち16業態を掲出  
 ※外食市場規模「0」は、小数点第一位で四捨五入され0になったもの

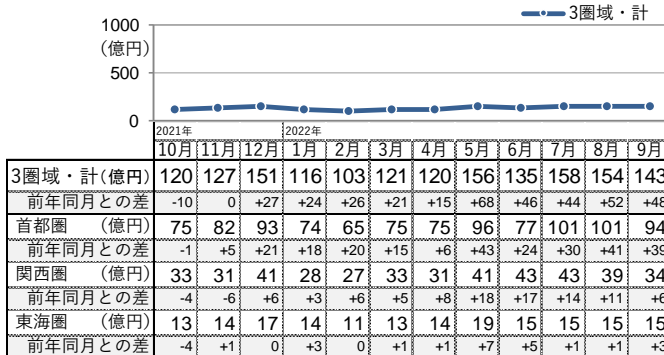
### ◆和食料理店（すし、割烹、料亭、郷土料理専門店等）



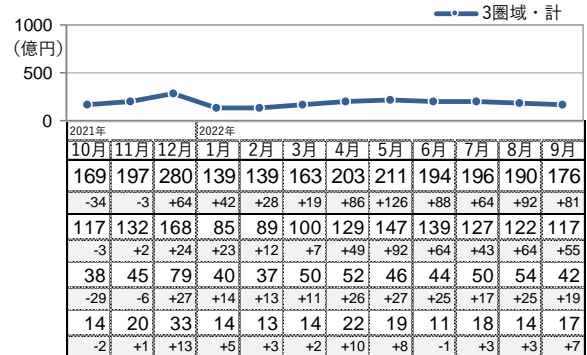
### ◆中華料理店（ラーメン専門店を除く）



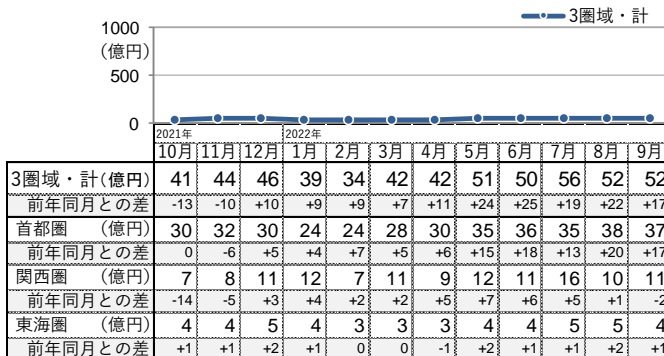
### ◆レストラン、食堂、ダイニング、洋食店



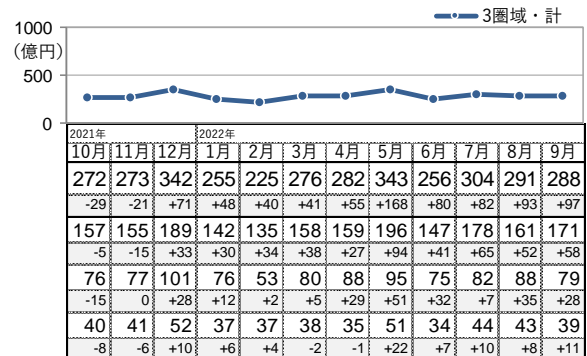
### ◆フレンチ・イタリアン料理店



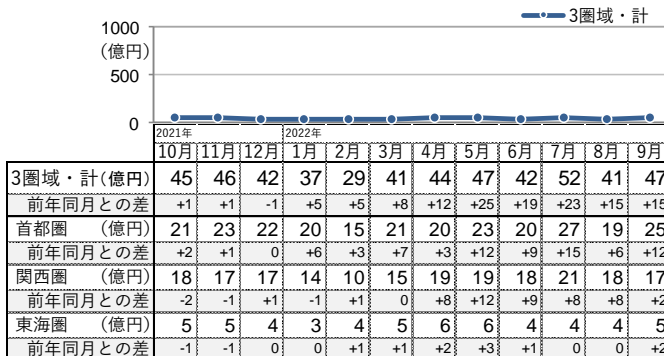
### ◆アジア料理店



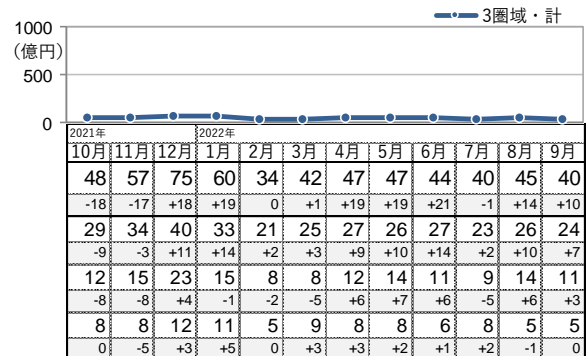
### ◆焼肉、ステーキ、ハンバーグ等の専門店



### ◆お好み焼き、鉄板焼き等の専門店



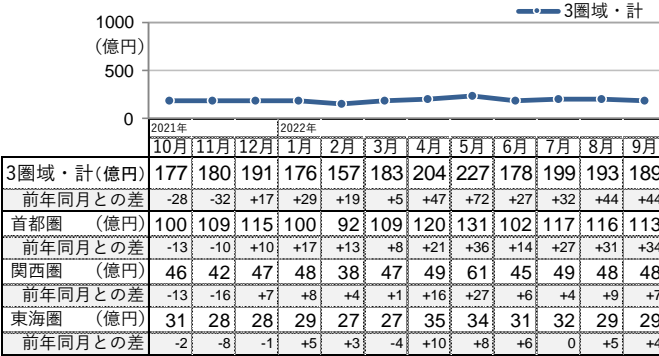
### ◆すき焼き、しゃぶしゃぶ、鍋、おでん等の専門店



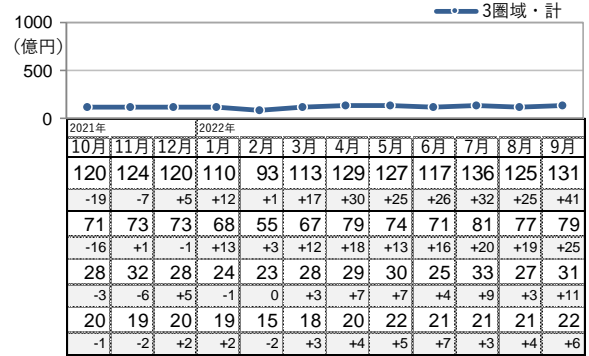
2022年 11月 1日

※外食市場規模は、各圏域の延べ外食回数×各圏域における業態シェア×各業態の単価で算出  
 ※業態は、26分類のうち16業態を掲出  
 ※外食市場規模「0」は、小数点第一位で四捨五入され0になったもの

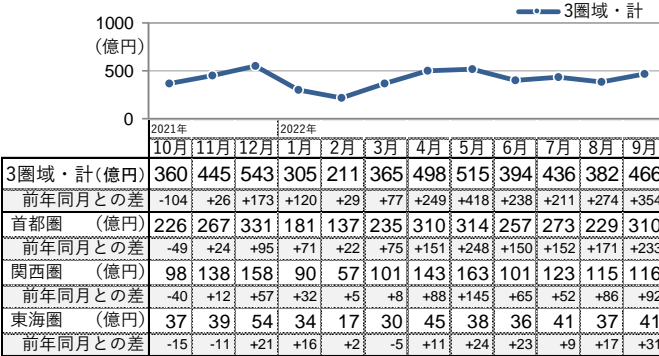
## ◆ファミリーレストラン、回転すし等



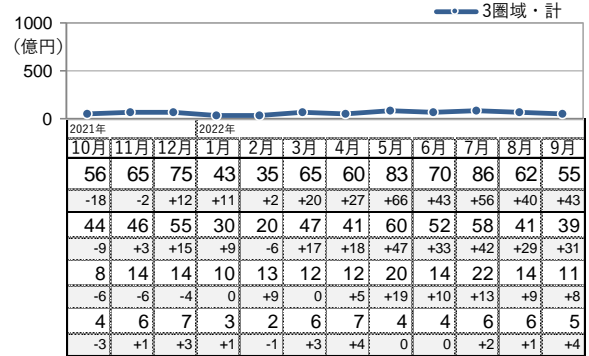
## ◆ラーメン、そば、うどん、パスタ、ピザ等の専門店



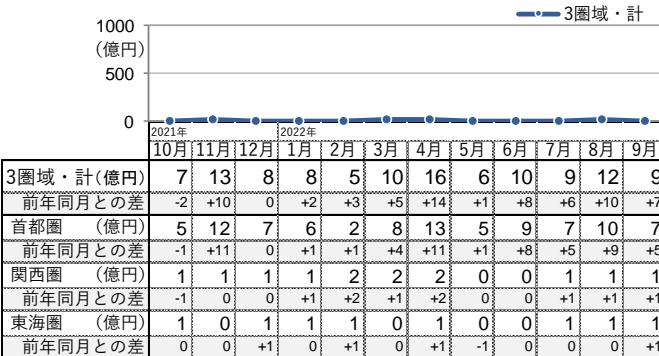
## ◆居酒屋 (焼鳥、串焼き、串揚げ等、飲酒メインの業態を含む)



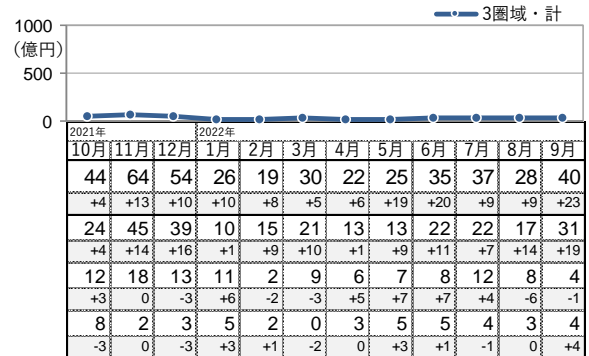
## ◆バー、バル、ワインバー、ビアホール、パブ



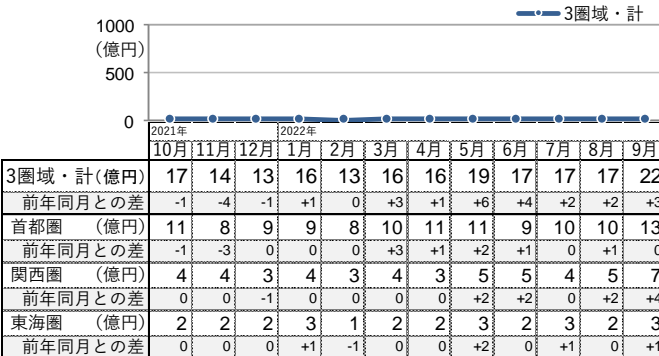
## ◆カラオケボックス



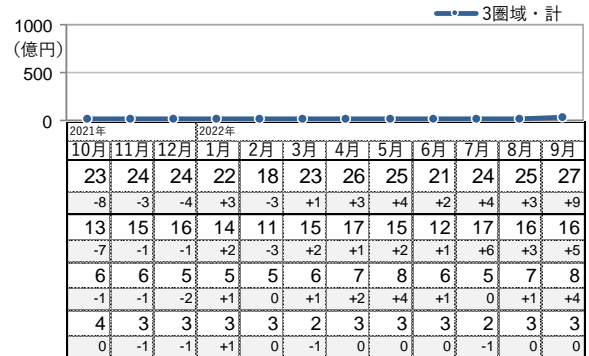
## ◆スナック、ナイトクラブ、キャバレー



## ◆ファストフード (ハンバーガー、サンドイッチ等)



## ◆牛丼、カレー等、一品もの専売業態



2022年11月1日

## 8.業態別 外食単価・延べ外食回数

※外食単価は、各業態の店で行われた外食ベース  
 ※延べ外食回数は、各圏域の延べ外食回数×各圏域における業態シェアで算出  
 ※業態は、26分類のうち16業態を掲出

【3圏域・計】	2022年9月															
	食事主体の店										飲酒主体の店			軽食主体の店		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	和食料理店 (すし、 割烹、料 亭、郷土 料理専 門店等)	中華料 理店 (ラー メン専 業店は 除く)	レスト ラン、食 堂、ダイ ニング、 洋食店	フレン チ・イ タリア ン料理 店(ファミ リレストラ ン以外)	アジア ン料理 店	焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	ファミ リーレ ン、そ ストラ ン、回転 すし等 の専 業店	ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	居酒屋 (焼鳥、 串焼き、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	バー、パ ル、ワイ ンバー、 ビア ホール、 パブ	カラオ ケボッ クス	スナッ ク、ナイ トクラ ブ、キャ パレー	ファス トフー ド(ﾊﾞ ン、 ﾊﾞｰｶ ﾀﾞｲ ﾌﾞ等)	牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
外食市場規模 (億円)	398	169	143	176	52	288	47	40	189	131	466	55	9	40	22	27
前年同月との差	+166	+60	+48	+81	+17	+97	+15	+10	+44	+41	+354	+43	+7	+23	+3	+9
外食単価 (円)	4,010	2,395	2,380	4,499	2,751	3,677	2,673	3,235	1,522	1,122	3,583	3,899	3,394	9,002	866	797
前年同月との差	+515	+229	+250	+749	-18	+336	-110	+260	+42	+46	+247	+114	+791	-1,862	-101	+69
延べ外食回数 (万回)	992	706	601	390	189	784	175	125	1,244	1,166	1,302	141	27	44	254	343
前年同月との差	+328	+203	+157	+136	+63	+212	+62	+25	+264	+329	+967	+110	+19	+28	+62	+94

↑ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

【首都圏】	2022年9月															
	食事主体の店										飲酒主体の店			軽食主体の店		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	和食料理店 (すし、 割烹、料 亭、郷土 料理専 門店等)	中華料 理店 (ラー メン専 業店は 除く)	レスト ラン、食 堂、ダイ ニング、 洋食店	フレン チ・イ タリア ン料理 店(ファミ リレストラ ン以外)	アジア ン料理 店	焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	ファミ リーレ ン、そ ストラ ン、回転 すし等 の専 業店	ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	居酒屋 (焼鳥、 串焼き、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	バー、パ ル、ワイ ンバー、 ビア ホール、 パブ	カラオ ケボッ クス	スナッ ク、ナイ トクラ ブ、キャ パレー	ファス トフー ド(ﾊﾞ ン、 ﾊﾞｰｶ ﾀﾞｲ ﾌﾞ等)	牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
外食市場規模 (億円)	261	115	94	117	37	171	25	24	113	79	310	39	7	31	13	16
前年同月との差	+131	+59	+39	+55	+17	+58	+12	+7	+34	+25	+233	+31	+5	+19	0	+5
外食単価 (円)	4,306	2,749	2,623	4,694	2,881	3,896	3,172	3,312	1,544	1,132	3,538	4,023	4,082	10,196	840	803
前年同月との差	+746	+836	+451	+979	+564	+496	+487	+177	+65	+71	+28	+494	+1,770	-2,245	-267	+91
延べ外食回数 (万回)	605	420	358	250	127	439	79	73	731	695	876	97	18	30	152	204
前年同月との差	+239	+125	+105	+83	+43	+107	+31	+19	+194	+185	+656	+75	+11	+21	+33	+50

↑ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

【関西圏】	2022年9月															
	食事主体の店										飲酒主体の店			軽食主体の店		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	和食料理店 (すし、 割烹、料 亭、郷土 料理専 門店等)	中華料 理店 (ラー メン専 業店は 除く)	レスト ラン、食 堂、ダイ ニング、 洋食店	フレン チ・イ タリア ン料理 店(ファミ リレストラ ン以外)	アジア ン料理 店	焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	ファミ リーレ ン、そ ストラ ン、回転 すし等 の専 業店	ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	居酒屋 (焼鳥、 串焼き、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	バー、パ ル、ワイ ンバー、 ビア ホール、 パブ	カラオ ケボッ クス	スナッ ク、ナイ トクラ ブ、キャ パレー	ファス トフー ド(ﾊﾞ ン、 ﾊﾞｰｶ ﾀﾞｲ ﾌﾞ等)	牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
外食市場規模 (億円)	98	38	34	42	11	79	17	11	48	31	116	11	1	4	7	8
前年同月との差	+24	-2	+6	+19	-2	+28	+2	+3	+7	+11	+92	+8	+1	-1	+4	+4
外食単価 (円)	3,687	1,971	2,097	4,202	2,513	3,690	2,291	3,262	1,548	1,111	3,596	3,451	1,973	4,247	929	791
前年同月との差	-180	-830	-116	+175	-2,043	+93	-853	+542	-32	+9	+684	-1,111	-8,027	-4,304	+230	+97
延べ外食回数 (万回)	265	191	163	100	45	213	75	35	307	275	322	32	7	10	70	105
前年同月との差	+74	+49	+38	+44	+17	+72	+26	+6	+48	+91	+240	+26	+7	+4	+22	+48

↑ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外

【東海圏】	2022年9月															
	食事主体の店										飲酒主体の店			軽食主体の店		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
	和食料理店 (すし、 割烹、料 亭、郷土 料理専 門店等)	中華料 理店 (ラー メン専 業店は 除く)	レスト ラン、食 堂、ダイ ニング、 洋食店	フレン チ・イ タリア ン料理 店(ファミ リレストラ ン以外)	アジア ン料理 店	焼肉、ス テーキ、 ハン バーグ 等の専 業店	お好み 焼き、鉄 板焼き 等の専 業店	すき焼 き、しゃ ぶしゃ ぶ、鍋、 おでん 等の専 業店	ファミ リーレ ン、そ ストラ ン、回転 すし等 の専 業店	ラーメ ン、そ ば、うどん、 パスタ、ピザ 等の専 業店	居酒屋 (焼鳥、 串焼き、 串揚げ 等、飲酒 メインの業 態含む)	バー、パ ル、ワイ ンバー、 ビア ホール、 パブ	カラオ ケボッ クス	スナッ ク、ナイ トクラ ブ、キャ パレー	ファス トフー ド(ﾊﾞ ン、 ﾊﾞｰｶ ﾀﾞｲ ﾌﾞ等)	牛丼、カ レー等、 一品も の専売 業態
外食市場規模 (億円)	39	16	15	17	4	39	5	5	29	22	41	5	1	4	3	3
前年同月との差	+11	+3	+3	+7	+1	+11	+2	0	+4	+6	+31	+4	+1	+4	+1	0
外食単価 (円)	3,242	1,691	1,868	4,036	2,416	2,925	2,151	2,844	1,407	1,102	3,921	4,088	2,424	12,150	849	783
前年同月との差	+649	-239	+52	+608	+448	+140	+191	-62	+68	+9	+680	-139	+267	+2,150	+25	-67
延べ外食回数 (万回)	121	96	80	41	17	132	21	17	207	196	104	12	2	4	32	34
前年同月との差	+14	+30	+14	+10	+3	+33	+5	-1	+23	+52	+72	+9	+1	+4	+7	-4

↑ファミリーレストラン以外、フレンチ・イタリアン以外



2022年 11月 1日

## <参考>過去調査の調査概要

		2021年 7月度	2021年 8月度	2021年 9月度	2021年 10月度	2021年 11月度	2021年 12月度	2022年 1月度		
事前調査	実施期間	21/6/18 (金) ~7/1 (木)	21/7/21 (水) ~8/2 (月)	21/8/19 (木) ~8/31 (火)	21/9/17 (金) ~9/30 (木)	21/10/20 (水) ~11/1 (月)	21/11/19 (金) ~11/30 (火)	21/12/15 (水) ~12/28 (火)		
	配信数(件)	481,637	497,678	482,122	493,268	482,052	484,500	486,896		
	回収数(件)	32,691	33,581	34,386	33,493	34,247	32,349	32,116		
	回収率	6.8%	6.7%	7.1%	6.8%	7.1%	6.7%	6.6%		
	本調査対象者数(件)	15,347	15,347	16,515	16,137	16,755	15,916	15,195		
本調査	実施期間	21/8/2 (月) ~8/11 (水)	21/9/1 (水) ~9/13 (月)	21/10/1 (金) ~10/11 (月)	21/11/1 (月) ~11/8 (月)	21/12/1 (水) ~12/8 (水)	22/1/4 (火) ~1/12 (水)	22/2/1 (火) ~2/9 (水)		
	配信数(件)	12,305	11,860	12,231	12,103	12,158	12,093	11,941		
	回収数(件)	9,671	10,268	9,994	9,714	9,736	9,813	9,561		
	回収率	78.6%	86.6%	81.7%	80.3%	80.1%	81.1%	80.1%		
	有効回答数(件)	9,564	10,146	9,873	9,616	9,627	9,735	9,466		
集計サンプル数	個人単位	居住圏	3圏域計(件)	9,564	10,146	9,873	9,616	9,627	9,735	9,466
		首都圏(件)	5,509	5,844	5,687	5,539	5,545	5,607	5,452	
		関西圏(件)	2,597	2,755	2,681	2,612	2,615	2,644	2,571	
		東海圏(件)	1,458	1,546	1,505	1,466	1,467	1,484	1,443	
	外食単位	消費圏	3圏域計(件)	17,399	16,456	14,822	20,453	21,812	23,094	18,856
		首都圏(件)	9,677	9,267	8,735	11,954	13,054	13,617	11,125	
		関西圏(件)	4,960	4,423	3,836	5,508	5,789	6,315	5,035	
		東海圏(件)	2,762	2,765	2,251	2,991	2,969	3,163	2,696	

※集計サンプル数はウェイトバックによる補正後の件数  
※外食単位は、圏域内で行われた外食のみ

		2022年 2月度	2022年 3月度	2022年 4月度	2022年 5月度	2022年 6月度	2022年 7月度	2022年 8月度		
事前調査	実施期間	22/1/19 (水) ~1/31 (月)	22/2/16 (水) ~2/28 (月)	22/3/22 (火) ~3/30 (水)	22/4/19 (火) ~4/28 (木)	22/5/19 (木) ~5/31 (火)	22/6/21 (火) ~6/30 (木)	22/7/20 (水) ~8/1 (月)		
	配信数(件)	487,824	479,850	377,588	318,983	463,675	476,023	506,605		
	回収数(件)	32,812	33,114	46,042	44,211	31,449	29,317	32,797		
	回収率	6.7%	6.9%	12.2%	13.9%	6.8%	6.2%	6.5%		
	本調査対象者数(件)	15,748	15,836	16,817	15,888	15,284	14,747	14,789		
本調査	実施期間	22/3/1 (火) ~3/9 (水)	22/4/1 (金) ~4/11 (月)	22/5/2 (月) ~5/16 (月)	22/6/1 (水) ~6/13 (月)	22/7/1 (金) ~7/8 (金)	22/8/1 (月) ~8/9 (火)	22/9/1 (木) ~9/12 (月)		
	配信数(件)	11,905	11,913	12,690	12,602	12,539	12,428	12,522		
	回収数(件)	9,689	9,656	5,632	6,298	9,762	10,128	10,220		
	回収率	81.4%	81.1%	44.4%	50.0%	77.9%	81.5%	81.6%		
	有効回答数(件)	9,590	9,540	5,565	6,239	9,666	10,027	10,116		
集計サンプル数	個人単位	居住圏	3圏域計(件)	9,590	9,540	5,565	6,239	9,666	10,027	10,116
		首都圏(件)	5,524	5,495	3,218	3,608	5,590	5,799	5,850	
		関西圏(件)	2,604	2,591	1,505	1,687	2,614	2,712	2,736	
		東海圏(件)	1,462	1,454	842	944	1,462	1,517	1,530	
	外食単位	消費圏	3圏域計(件)	16,311	20,394	13,334	15,903	21,283	23,710	23,336
		首都圏(件)	9,791	12,114	7,993	9,260	12,544	13,968	13,870	
		関西圏(件)	4,209	5,609	3,432	4,506	5,708	6,484	6,332	
		東海圏(件)	2,311	2,671	1,908	2,137	3,031	3,258	3,133	

※集計サンプル数はウェイトバックによる補正後の件数  
※外食単位は、圏域内で行われた外食のみ

2022年 11月 1日

## リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。